

Актуальні проблеми соціальної сфери

збірник наукових робіт викладачів і студентів

Випуск 4

за заг. ред. Н.П. Павлик

Житомир, 2015

*Рекомендовано до друку рішенням
кафедри соціальної педагогіки та педагогічної майстерності
Житомирського державного університету імені Івана Франка
(протокол №8 від 05 березня 2015 року).*

Рецензенти:

Н.А. Сейко – доктор педагогічних наук, професор, проректор з наукової роботи Житомирського державного університету імені Івана Франка;
С.А. Котловий – кандидат педагогічних наук, вчитель історії вечірньої (змінної) ЗОШ II-III ст. №1 м. Житомира.

А 43 Актуальні проблеми соціальної сфери : [збірник наукових робіт викладачів і студентів / за заг. ред. Н.П. Павлик]. — Житомир : Вид-во Житомирського державного університету імені Івана Франка, 2015. — Вип. 4. — 158 с.

Літературний редактор: Н.Л. Тарасенко
Відповідальний редактор: І.М. Палько
Дизайн обкладинки: А.І. Сочинський

Матеріали надруковані в авторській редакції.
За достовірність фактів, цитат, власних імен, посилань на джерела та інших відомостей відповідають автори публікацій.

Передмова

Шановні друзі! Четверте видання збірника наукових робіт викладачів та студентів «Актуальні проблеми соціальної сфери» свідчить про системність і цілеспрямованість науково-дослідної діяльності кафедри соціальної педагогіки та педагогічної майстерності Житомирського державного університету імені Івана Франка. Ми пишаємося результатами теоретичних пошуків й емпіричних розвідок викладачів і студентів, присвячених актуальним соціально-педагогічним питанням та відображеним у курсових, бакалаврських, магістерських, дисертаційних роботах. Важливим нововведенням цього видання є представлення результатів дисертаційних пошуків аспірантів і здобувачів Криворізького педагогічного інституту під керівництвом докторки педагогічних наук, професорки Тетяни Дороніної, що є результатом тривалої й творчої співпраці.

Серед основних здобутків минулого й поточного навчальних років відзначаємо: організацію щорічного Всеукраїнського дистанційного конкурсу студентських та учнівських наукових робіт із соціальної педагогіки – режим доступу: <http://contest.zu.edu.ua>; публікацію колективної монографії «Енциклопедія прав людини: соціально-педагогічний аспект»; участь викладачів кафедри в Європейському турі кампанії «Рух проти ненависті» (Словаччина, Угорщина, Німеччина, Швеція, Франція, Чехія, Польща), перемоги студентів, Світлани Щур (диплом III ступеня на Всеукраїнському конкурсі студентських наукових робіт) і Сергія Михнюка (диплом III ступеня на Всеукраїнській студентській олімпіаді із соціальної педагогіки).

Серед важливих напрямів подальшого розвитку науково-дослідницької роботи зазначаємо: організацію неформальної освіти майбутніх соціальних педагогів у науковій та фаховій сферах, діяльність науково-дослідних і соціальних центрів кафедри (Студентська Соціальна Служба для Молоді, Центр міжкультурної толерантності, Центр ґендерної освіти), організацію соціального й наукового партнерства кафедри соціальної педагогіки та педагогічної майстерності в Україні і за кордоном.

Бажаємо нашим авторам і читачам миру, достатніх ресурсів для наукової, фахової та особистісної реалізації, а також задоволення від науково-дослідницької роботи і пізнання! І, звісно ж, до нових зустрічей! ☺

З повагою, Надія Павлик.

Зміст

Гуренко Тетяна	СОЦІАЛІЗАЦІЯ ОСОБИСТОСТІ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА КАТЕГОРІЯ	8
Вонсович Юлія	НАВЧАЛЬНО-ВИХОВНІ ЗАКЛАДИ ЯК ФАКТОРИ СОЦІАЛІЗАЦІЇ ОСОБИСТОСТІ	11
Папченко Вікторія	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ АКЦЕНТУАЦІЙ ХАРАКТЕРУ УЧНІВ ПІДЛІТКОВОГО ВІКУ В УМОВАХ МІСТА	13
Шупікова Вікторія	РОЛЬ ВІДЕОМЕТОДУ У ПРОФІЛАКТИЦІ ДЕВІАНТНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ	15
Кондратенко Ярослав	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЩОДО ПРОФІЛАКТИКИ ВІКТИМНОЇ ПОВЕДІНКИ ПІДЛІТКІВ	17
Дрозд Ольга	РОБОТА СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ПТНЗ ІЗ ДІТЬМИ-СИРОТАМИ	19
Герман Ірина	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПІДТРИМКА ДІТЕЙ ВИМУШЕНИХ ПЕРЕСЕЛЕНЦІВ	21
Степанчук Інна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ЩОДО ЗАПОБІГАННЯ КОНФЛІКТІВ МІЖ БАТЬКАМИ ТА ДІТЬМИ	23
Степанюк Олена	ВПЛИВ КОЛИСКОВИХ НА РОЗВИТОК ТА СОЦІАЛІЗАЦІЮ ДИТИНИ	25
Бондарчук Катерина	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФОРМУВАННЯ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ В УМОВАХ ДІЯЛЬНОСТІ КЛУБІВ ЗА МІСЦЕМ ПРОЖИВАННЯ	27
Герасимчук Ганна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ТВОРЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДІТЕЙ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ	28
Степанчук Інна	ТЕХНОЛОГІЯ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З РІЗНИМИ ТИПАМИ СІМЕЙ	29
Мельниченко Ольга	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ДІЯЛЬНІСТЬ ІЗ ДІТЬМИ З РОЗЛУЧЕНИХ СІМЕЙ	31
Волікова Марина	ВИКОРИСТАННЯ ДОСВІДУ А.С. МАКАРЕНКА У ВИРІШЕННІ ПРОБЛЕМИ СТАТЕВОГО ВИХОВАННЯ ДІТЕЙ ТА МОЛОДІ	35
Ланчук Ганна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ПОПЕРЕДЖЕННЯ ЛИХОСЛІВ'Я У ПІДЛІТКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	37
Павицька Олександра	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ЗМІСТ ДІТЯЧОГО ФОЛЬКЛОРУ	39
Суміш Вікторія	ІННОВАЦІЙНІ ФОРМИ ДОПОМОГИ ДІТЯМ-СИРОТАМ ТА ОБЕЗДОЛЕНИМ СІМ'ЯМ В УКРАЇНІ	40
Михнюк Сергій	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ОСНОВИ ВОЛОНТЕРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В УМОВАХ ВІЙСЬКОВОГО МЕДИЧНОГО ЗАКЛАДУ	43

Литвак Оксана	ПРАВОВІ ОСНОВИ ОРГАНІЗАЦІЇ СОЦІАЛЬНОЇ РОБОТИ У ПОЛЬЩІ	45
Сочинський Андрій	ГРАНТОВА ПІДТРИМКА СОЦІАЛЬНОГО ПРОЕКТУ ЯК ФОРМА СОЦІАЛЬНОГО ЗАХИСТУ НАСЕЛЕННЯ ЧЕРЕЗ НЕУРЯДОВІ ОРГАНІЗАЦІЇ	48
Корженко Віталія	СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД	51
Петрова Дар'я	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ЗМІСТ ОСНОВНИХ ФОРМ ВИКОРИСТАННЯ ПУБЛІЧНОГО ДИСКУРСУ	53
Мороз Марина	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА СКЛАДОВА ПРОЦЕСУ МЕДІАЦІЇ В КОНФЛІКТНИХ СИТУАЦІЯХ У ПІДЛІТКОВОМУ СЕРЕДОВИЩІ	56
Роговська Юлія	АНАЛІЗ ФОРМ І МЕТОДІВ ВИХОВНОЇ РОБОТИ В ЗАКЛАДАХ ПЕНІТЕНЦІАРНОЇ СИСТЕМИ УКРАЇНИ	58
Лобода Надія	ТЕХНОЛОГІЯ РОЗВИТКУ ПРОСОЦІАЛЬНОЇ АКТИВНОСТІ МОЛОДІ В ІНТЕРНЕТ	62
Назарчук Тетяна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА РОБОТА З ВІЙСЬКОВОСЛУЖБОВЦЯМИ, ЯКІ ПЕРЕБУВАЮТЬ У МЕДИЧНИХ УСТАНОВАХ	63
Тарасенко Наталія, Остапчук Олена	СТУДІЇ КУЛЬТУРИ МИРУ ДЛЯ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ ТА СОЦІАЛЬНИХ ПРАЦІВНИКІВ ЖИТОМИРЩИНИ ЯК ВІДПОВІДЬ НА НОВІ ВИКЛИКИ ЧАСУ	65
Мамінчук Оксана	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА СКЛАДОВА ДІЯЛЬНОСТІ МОЛОДІЖНИХ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ	68
Плітко Ірина	КОМУНІКАЦІЙНА КАМПАНІЯ ЯК ІНСТРУМЕНТ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	70
Байдик Ірина	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ЗАСАДИ ЗДІЙСНЕННЯ ДЕРЖАВНОЇ МОЛОДІЖНОЇ ПОЛІТИКИ В УКРАЇНІ	72
Карайон Олена	СИСТЕМА РОБОТИ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА У СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ КОРЕКЦІЙНИХ ДОШКІЛЬНИХ УСТАНОВАХ ДЛЯ ДІТЕЙ З ПОРУШЕННЯМ РОЗВИТКУ	74
Кисла Ольга	СОЦІАЛЬНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ КОМУНІКАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА ПЕДАГОГІЧНОГО КОЛЕКТИВУ ЗНЗ	76
Онищук Олена	ФОРМУВАННЯ ДОСВІДУ СОЦІАЛЬНО-ПРАВОВОЇ ПОВЕДІНКИ СТАРШОКЛАСНИКІВ	78
Котловий Сергій	ТЕОРІЯ І ПРАКТИКА ФОРМУВАННЯ В УЧНІВ ПРОФЕСІЙНО-ТЕХНІЧНИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ СОЦІАЛЬНОГО ДОСВІДУ БЕЗКОНФЛІКТНОЇ ПОВЕДІНКИ	80
Саустян Інна	РОЗВИТОК ГРОМАДЯНСЬКОСТІ СТАРШОКЛАСНИКІВ У ВЗАЄМОДІЇ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА З ЇХ СІМ'ЯМИ	83
Коваль Юлія	ОРГАНІЗАЦІЯ ВЗАЄМОДІЇ КЛАСНОГО КЕРІВНИКА ТА СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ГІМНАЗІЇ	86

Ковтонюк Оксана	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ЗМІСТ ДІЯЛЬНОСТІ ГРУП ПРОДОВЖЕНОГО ДНЯ	89
Басюк Леся	ГЕНДЕРНИЙ ПОРТРЕТ СУЧАСНОЇ ШКОЛИ (ПРОБЛЕМАТИЗАЦІЯ ПИТАННЯ)	91
Сірик Аліна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ХАРАКТЕРИСТИКИ ФОРМУВАННЯ ГРОМАДЯНСЬКОГО ІДЕАЛУ СУЧАСНОГО СТАРШОКЛАСНИКА	93
Ковтунович Олена	ВПЛИВ КОМУНІКАТИВНОГО СЕРЕДОВИЩА НА РАННІЙ РОЗВИТОК ДИТИНИ	95
Кропивницька Світлана	ЗАПОБІГАННЯ КОНФЛІКТАМ У СЕРЕДОВИЩІ СТАРШОКЛАСНИКІВ ЯК СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ПРОБЛЕМА	97
Павлик Надія	ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ НЕФОРМАЛЬНОЇ ОСВІТИ ЯК СФЕРИ НАУКОВОГО ПІЗНАННЯ	100
Антонюк Мирослава	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНА ХАРАКТЕРИСТИКА ГОТОВНОСТІ СТАРШИХ ДОШКІЛЬНИКІВ ДО ШКОЛИ В УМОВАХ ДНЗ	103
Ясінська Ірина	ОРГАНІЗАЦІЯ ДОЗВІЛЛЯ ДІТЕЙ З ОБМЕЖЕНИМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ В УМОВАХ ПОЧАТКОВОЇ ШКОЛИ	104
Бондар Олександра	ПРОФОРІЄНТАЦІЯ СТАРШОКЛАСНИКІВ ЯК СКЛАДОВА СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	106
Седляр Наталія	ВИКОРИСТАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ ВИХОВНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У РОБОТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ЗНЗ	108
Рудюк Ганна	ПРАКТИКО-ОРІЄНТОВАНА ПРОФЕСІЙНА ПІДГОТОВКА СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ В УМОВАХ УНІВЕРСИТЕТУ	110
Коляденко Світлана	НАПРЯМКИ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНСЬКОЇ СОЦІАЛЬНОЇ СЛУЖБИ ДЛЯ МОЛОДІ З ПИТАНЬ ПРОФІЛАКТИКИ КСЕНОФОБІЇ У СТУДЕНСЬКОМУ СЕРЕДОВИЩІ	113
Залібовська-Ільніцька Зоя	ЕТНОПЕДАГОГІЧНИЙ КОМПОНЕНТ У ПІДГОТОВЦІ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ	117
Синиця Анна	ПСИХОЛОГІЧНА ГОТОВНІСТЬ МАЙБУТНЬОГО СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ДО ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	119
Пально Інна	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ УМОВИ ІНТЕГРАЦІЇ СТУДЕНТІВ З ОБМЕЖЕНИМИ ФУНКЦІОНАЛЬНИМИ МОЖЛИВОСТЯМИ	121
Дергачова Юлія	КОМУНІКАТИВНА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ЯК СКЛАДОВА ЙОГО ПРОФЕСІЙНОЇ МАЙСТЕРНОСТІ	124
Мартинюк Світлана	РОЛЬ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОГО ПОСЕРЕДНИЦТВА У ДІЯЛЬНОСТІ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА ШКОЛИ	127

Марчук Ольга	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНИЙ ЗМІСТ ОСОБИСТОЇ МОБІЛЬНОСТІ СТУДЕНТІВ ВНЗ	129
Симончук Галина	ВПЛИВ ГРОМАДСЬКИХ ОРГАНІЗАЦІЙ НА ПРОФЕСІОНАЛІЗАЦІЮ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	130
Котвіцька Тетяна	СТАВЛЕННЯ ДО ФОРМУВАННЯ ВІДПОВІДАЛЬНОГО БАТЬКІВСТВА У СТУДЕНТСЬКИХ СІМ'ЯХ	132
Юрченко Андрій	ГРОМАДСЬКА СОЦІАЛІЗАЦІЯ СТУДЕНТІВ ВНЗ У ПОЗНАВЧАЛЬНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ	134
Біляченко Галина	ВПЛИВ ГРОМАДЯНСЬКОЇ АКТИВНОСТІ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ НА ЇХ ПРОФЕСІЙНЕ СТАНОВЛЕННЯ	137
Іллїна Ольга	СПЕЦИФІКА ОРГАНІЗАЦІЇ ЛІТНЬОЇ ПЕДАГОГІЧНОЇ ПРАКТИКИ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ	139
Кучківська Світлана	БІОГРАФІЧНА СТРАТЕГІЯ СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ	142
Висоцька Любов	ПРАВОВА КОМПЕТЕНТНІСТЬ СОЦІАЛЬНОГО ПЕДАГОГА	143
Кучерган Єлизавета	СОЦІАЛЬНО-ПСИХОЛОГІЧНА ПІДТРИМКА ЗДОРОВ'Я СТУДЕНТІВ В ГЕНДЕРНІЙ ЕТИЦІ ЗАСОБАМИ МИСТЕЦТВА	146
Мотуз Тетяна	ФОРМУВАННЯ ТОЛЕРАНТНОСТІ ЯК ОДНЕ З КЛЮЧОВИХ ЗАВДАНЬ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ МАЙБУТНІХ УЧИТЕЛІВ	149
Човнюк Юлія	СОЦІАЛЬНО-ПЕДАГОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ	152
Ярмолка Юлія	ДИНАМІКА ФОРМУВАННЯ СОЦІАЛЬНОГО ДОСВІДУ МАЙБУТНІХ СОЦІАЛЬНИХ ПЕДАГОГІВ	154
Палько Інна	АНАЛІЗ ЦИКЛУ ПІДГОТОВКИ БАКАЛАВРА ІЗ СОЦІАЛЬНОЇ ПЕДАГОГІКИ НА ПРЕДМЕТ НАЯВНОСТІ РІЗНИХ АСПЕКТІВ МІЖКУЛЬТУРНОЇ ТОЛЕРАНТНОСТІ	156

Автор статті:

Віталія Корженко,

магістрантка

спеціальності «Соціальна педагогіка»

Науковий керівник:

Надія Павлик,

кандидат педагогічних наук, доцент

кафедри соціальної педагогіки

СОЦІАЛЬНА РЕКЛАМА ЯК РЕСУРС РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД

Соціальна реклама дедалі глибше проникає в наше життя і свідомість. Кожного дня ми бачимо її на білбордах та екранах телевізорів, на сторінках газет і журналів, чуємо по радіо, переглядаємо в Інтернеті. Будь яка реклама – це інформаційний вплив на свідомість людини з метою зміни її поведінки. Соціальна ж реклама змінює нашу соціальну поведінку: по відношенню до себе, суспільства та окремих його членів або груп, екології, певних соціальних проблем, явищ, тощо. Сюди умовно можна віднести й релігійну рекламу, взявши до уваги те, що релігія, на відміну від віри, є явищем більше соціальним, ніж особистісним [3, с. 34-35].

Соціальна реклама не приносить її замовникам прямого прибутку, фінансові можливості замовників завжди є більш обмеженими, тому стає актуальнішим питання підвищення якості рекламного оголошення, а не збільшення кількості контактів з ним цільової аудиторії. Така реклама має «кидатися в очі», запам'ятовуватись, викликати певні почуття, тощо.

Рекламу можна вважати ефективною лише в тому випадку, коли людина зробила для себе певний висновок і стала діяти так, як хотіли замовники рекламного продукту. Для того, щоб цього досягти, рекламисти ретельно вивчають потреби, які є актуальними для представників певної цільової аудиторії, і намагаються запропонувати свій шлях задоволення даних потреб з використанням (або за рахунок) рекламованого товару. Переконають, що змінивши свою поведінку і діючи відповідно до побажань замовника реклами, ми зможемо задовольнити актуальні для нас потреби.

Наприклад, пропагуючи відмову від паління, замовники відповідної соціальної реклами використовують різні аргументи, звертаючись до різних вікових груп. Здоров'я є актуальним для дорослих людей, які вже знають наскільки неприємно, дорого й не престижно хворіти, тому для того, щоб змінити їхню поведінку (змусити відмовитись від цигарок) достатньо якомога краще показати вплив паління на організм і його наслідки. Але у підлітків збереження здоров'я не входить до основних потреб, вони відчують потребу у визнанні, самоствердженні, соціальній самореалізації, тощо. Починають палити й пити вони для того, щоб показати свою дорослість, приналежність до «крутих» і т.п. Про хвороби підлітки знають мало і асоціюються вони переважно з декількома днями сидіння вдома, коли не треба ходити до школи, та ще з особливим ставленням оточуючих. Очевидно, що антитютюнова соціальна реклама для цієї вікової групи має розбивати стереотип щодо «дорослості» курців, показувати авторитетних для підлітків персонажів (зірок шоу-бізнесу, спорту, тощо), які презирливо ставляться до паління.

Очевидно, що замовниками звичайної комерційної реклами є виробники тих чи інших товарів та послуг. «Правила» такої рекламної «гри» усім відомі, ми знаємо як ставитись до реклами, розуміємо мотиви рекламодавця, усвідомлюємо до чого він

прагне, навчилися більш-менш захищатися від недобросовісної реклами. У випадку ж із соціальною рекламою все далеко не так просто [1, с. 240-246].

Замовником та виробником соціальної реклами можуть бути: приватні особи, комерційні підприємства, державні органи, громадські організації та благодійні фонди, політичні партії – усі, хто має певні ресурси для цього (фінансові, креативні, організаційні, медійні, адміністративні, тощо). Безвідносно до того, чи мають ці особи достатній рівень компетенції у відповідній соціальній сфері, знання та навички з масових комунікацій, незважаючи на «чистоту» їхніх «помислів» та щирість намірів.

Соціальна реклама навіть стає брендом: так, під торгівельною маркою "Stop the water while using me", назва якої перекладається як "Вимкни воду, коли користуєшся мною" випускається лінія засобів для повсякденної гігієни та догляду за шкірою, яка своєю упаковкою вчить раціонально використовувати природні ресурси.

Соціальна реклама є корисною для суспільства і кожного окремого громадянина, лише коли сприймається свідомо, тверезо й обдумано. В іншому випадку вона стає суспільно небезпечною, може негативно вплинути на свідомість людини, її поведінку в суспільстві [2, с. 60-63].

Відтак, хочемо того чи ні, але ми постійно потрапляємо під вплив соціальної реклами. Ставитись до неї варто, як і до будь-якого іншого інформаційного впливу: намагатися відслідковувати та контролювати зміни, які відбуваються в нашій свідомості та емоційній сфері при взаємодії з певною інформацією, не вірити на слово, намагатися перевіряти інформацію, яка здалась для нас важливою і мотивує до певних дій.

Використана література

1. Зимбардо Ф. Соціальний вплив / Ф. Зимбардо, М. Ляйппе. — СПб. : Питер, 2001. — 448 с.
2. Артеменко О. Соціальна реклама як двигун працевлаштування / О. Артеменко // Дзеркало тижня. — 2009. — № 48. — С. 58—63.
3. Шубіна І. Феномен соціальної реклами в сучасному суспільстві / І. Шубіна // Реклама та життя. — 2009. — №4. — С. 34—48.